

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

C.banner International Holdings Limited 千百度國際控股有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：1028)

截至2022年6月30日止六個月的 中期業績公告

中期業績

千百度國際控股有限公司(「本公司」或「千百度」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2022年6月30日止六個月(「報告期」)之未經審核中期簡明綜合業績連同2021年同期的比較數字如下：

財務摘要

| | 截至6月30日止六個月 | |
|------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 2022年 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 人民幣千元 (未經審核) |
| 收益 | 715,141 | 819,622 |
| 毛利 | 405,673 | 492,278 |
| 除所得稅前溢利 | 25,805 | 58,956 |
| 所得稅開支 | (1,821) | (22,452) |
| 期內溢利 | 23,984 | 36,504 |
| 下列人士應佔期內溢利／(虧損)： | | |
| 本公司擁有人 | 24,162 | 35,789 |
| 非控股權益 | (178) | 715 |
| | <u>23,984</u> | <u>36,504</u> |
| 每股盈利 | | |
| —基本(人民幣分) | <u>1.16</u> | <u>1.72</u> |
| —攤薄(人民幣分) | <u>1.16</u> | <u>1.72</u> |

簡明綜合損益及其他全面收益表
截至2022年6月30日止六個月

| | 附註 | 截至6月30日止六個月 | |
|--------------------------|----|-----------------------------|-----------------------------|
| | | 2022年 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 人民幣千元 (未經審核) |
| 收益 | 5 | 715,141 | 819,622 |
| 銷售成本 | | <u>(309,468)</u> | <u>(327,344)</u> |
| 毛利 | | 405,673 | 492,278 |
| 其他收入及開支及其他收益及虧損 | 6 | 27,499 | 32,684 |
| 分銷及銷售開支 | | (355,147) | (408,988) |
| 行政及一般開支 | | (50,850) | (56,183) |
| 分佔合營公司溢利 | | 22 | 572 |
| 財務成本 | 7 | <u>(1,392)</u> | <u>(1,407)</u> |
| 除所得稅前溢利 | | 25,805 | 58,956 |
| 所得稅開支 | 8 | <u>(1,821)</u> | <u>(22,452)</u> |
| 期內溢利 | | <u>23,984</u> | <u>36,504</u> |
| 其他全面開支： | | | |
| 可重新分類至損益之項目： | | | |
| 出售一間聯營公司重新分類至損益的 匯兌差額 | | <u>—</u> | <u>(177)</u> |
| | | <u>—</u> | <u>(177)</u> |
| 期內全面收入總額 | | <u><u>23,984</u></u> | <u><u>36,327</u></u> |

| | 截至6月30日止六個月 | |
|-------------------|----------------------|----------------------|
| 附註 | 2022年 | 2021年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| | (未經審核) | (未經審核) |
| 下列者應佔期內溢利／(虧損)： | | |
| 本公司擁有人 | 24,162 | 35,789 |
| 非控股權益 | <u>(178)</u> | <u>715</u> |
| | <u>23,984</u> | <u>36,504</u> |
| 下列者應佔全面收益／(開支)總額： | | |
| 本公司擁有人 | 24,162 | 35,612 |
| 非控股權益 | <u>(178)</u> | <u>715</u> |
| | <u>23,984</u> | <u>36,327</u> |
| 每股盈利 | | |
| —基本(人民幣分) | 10 <u>1.16</u> | <u>1.72</u> |
| —攤薄(人民幣分) | <u>1.16</u> | <u>1.72</u> |

簡明綜合財務狀況表

於2022年6月30日

| | 附註 | 2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核) |
|------------------|----|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 非流動資產 | | | |
| 物業、機器及設備 | | 145,836 | 147,615 |
| 使用權資產 | | 92,629 | 95,555 |
| 其他無形資產 | | 17,224 | 19,906 |
| 商譽 | | 5,725 | 5,725 |
| 於一間聯營公司之權益 | | 417 | 417 |
| 於合營公司之權益 | | 6,639 | 6,617 |
| 遞延稅項資產 | | 59,445 | 62,740 |
| 長期按金、其他應收款項及預付款項 | | 22,583 | 26,503 |
| | | <u>350,498</u> | <u>365,078</u> |
| 流動資產 | | | |
| 存貨 | | 437,974 | 486,812 |
| 貿易應收款項 | 11 | 228,920 | 170,731 |
| 其他應收款項及預付款項 | | 270,409 | 272,983 |
| 即期稅項資產 | | 3,937 | 6,931 |
| 銀行結餘及現金 | | 455,426 | 443,117 |
| | | <u>1,396,666</u> | <u>1,380,574</u> |
| 流動負債 | | | |
| 貿易應付款項 | 12 | 122,288 | 138,514 |
| 其他應付款項 | | 147,611 | 153,155 |
| 合約負債 | | 36,717 | 37,154 |
| 租賃負債 | | 21,225 | 19,463 |
| 即期稅項負債 | | 6,938 | 7,297 |
| | | <u>334,779</u> | <u>355,583</u> |
| 流動資產淨值 | | <u>1,061,887</u> | <u>1,024,991</u> |
| 總資產減流動負債 | | <u>1,412,385</u> | <u>1,390,069</u> |

| | 2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核) |
|-------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 非流動負債 | | |
| 租賃負債 | <u>33,807</u> | <u>35,475</u> |
| 資產淨值 | <u><u>1,378,578</u></u> | <u><u>1,354,594</u></u> |
| 資本及儲備 | | |
| 股本 | 209,097 | 209,097 |
| 儲備 | <u>1,160,523</u> | <u>1,136,361</u> |
| 本公司擁有人應佔總權益 | <u>1,369,620</u> | 1,345,458 |
| 非控股權益 | <u>8,958</u> | <u>9,136</u> |
| 總權益 | <u><u>1,378,578</u></u> | <u><u>1,354,594</u></u> |

簡明綜合權益變動表

截至2022年6月30日止期間

| | 本公司擁有人應佔權益 | | | | | | | | | |
|----------------------------------|----------------|----------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|----------------|---------------|------------------|----------------|------------------|
| | 股本 人民幣千元 | 股份溢價 人民幣千元 | 根據股份 獎勵計劃持 有的股份 人民幣千元 | 中國法定 儲備 人民幣千元 | 以股份 為基礎的 補償儲備 人民幣千元 | 累計溢利 人民幣千元 | 換算儲備 人民幣千元 | 小計 人民幣千元 | 非控股權益 人民幣千元 | 總權益 人民幣千元 |
| 於2021年1月1日的結餘(經審核) | 209,097 | 646,042 | (5,830) | 175,389 | - | 293,086 | 177 | 1,317,961 | 9,317 | 1,327,278 |
| 期內溢利(未經審核) | - | - | - | - | - | 35,789 | - | 35,789 | 715 | 36,504 |
| 期內其他全面開支總額(未經審核) | | | | | | | | | | |
| – 出售一間聯營公司重新分類至損益的 匯兌差額(未經審核) | - | - | - | - | - | - | (177) | (177) | - | (177) |
| 期內全面收入/(開支)總額(未經審核) | - | - | - | - | - | 35,789 | (177) | 35,612 | 715 | 36,327 |
| 以權益結算的股份獎勵計劃(未經審核) | - | - | - | - | 328 | - | - | 328 | - | 328 |
| 歸屬時轉讓獎勵股份(未經審核) | - | - | 5,830 | - | (328) | (5,502) | - | - | - | - |
| 轉讓(未經審核) | - | - | - | 510 | - | (510) | - | - | - | - |
| 於2021年6月30日(未經審核) | <u>209,097</u> | <u>646,042</u> | <u>-</u> | <u>175,899</u> | <u>-</u> | <u>322,863</u> | <u>-</u> | <u>1,353,901</u> | <u>10,032</u> | <u>1,363,933</u> |
| 於2022年1月1日的結餘(經審核) | 209,097 | 646,042 | - | 176,127 | - | 314,192 | - | 1,345,458 | 9,136 | 1,354,594 |
| 期內全面收入/(開支)總額(未經審核) | - | - | - | - | - | 24,162 | - | 24,162 | (178) | 23,984 |
| 轉讓(未經審核) | - | - | - | 333 | - | (333) | - | - | - | - |
| 於2022年6月30日(未經審核) | <u>209,097</u> | <u>646,042</u> | <u>-</u> | <u>176,460</u> | <u>-</u> | <u>338,021</u> | <u>-</u> | <u>1,369,620</u> | <u>8,958</u> | <u>1,378,578</u> |

簡明綜合財務報表附註

截至2022年6月30日止六個月

1. 一般資料

千百度國際控股有限公司(「本公司」)於2002年4月26日根據公司法於百慕達註冊成立為獲豁免有限公司。註冊辦事處的地址為Victoria Place, 5th Floor, 31 Victoria Street, Hamilton HM10, Bermuda。其主要營業地點的地址為香港金鐘夏慤道18號海富中心1座15樓1503室。本公司股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

本公司為投資控股公司。其附屬公司、聯營公司及合營公司主要從事製造及銷售品牌時尚鞋履及玩具零售。本公司及其附屬公司統稱為「本集團」。

簡明綜合財務報表以本公司之功能貨幣人民幣(「人民幣」)呈列。

2. 編製基礎

該等簡明綜合財務報表乃根據國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒佈的國際會計準則(「國際會計準則」)第34號以及聯交所證券上市規則適用的披露要求而編製。

該等簡明綜合財務報表應連同本集團2021年年度財務報表一併閱讀。編製該等簡明綜合財務報表所用會計政策及計算方法與本集團截至2021年12月31日止年度之年度財務報表所用者貫徹一致。

3. 採納新訂及經修訂國際財務報告準則

於本期間，本集團已採納由國際會計準則委員會頒佈的所有新訂及經修訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)，該等新訂及經修訂國際財務報告準則與其經營業務有關並於2022年1月1日開始之會計期間生效。國際財務報告準則包括國際財務報告準則；國際會計準則及詮釋。採納此等新訂及經修訂國際財務報告準則對本集團之會計政策、本集團綜合財務報表之呈列以及本期間及過往期間所呈報之金額並無產生重大變動。

本集團並無應用已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則。本集團已開始著手評估該等新訂及經修訂國際財務報告準則的影響，惟尚未能夠評定該等新訂及經修訂國際財務報告準則會否對其經營業績及財務狀況構成重大影響。

4. 經營分部資料

| | 截至6月30日止六個月 | |
|--------------|--------------------------|--------------------------|
| | 2022年 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 人民幣千元 (未經審核) |
| 分部收益 | | |
| 零售及批發鞋履 | | |
| – 外部銷售 | 596,874 | 744,870 |
| – 分部間銷售 | – | 9 |
| 合約生產鞋履 | | |
| – 外部銷售 | 101,731 | 49,977 |
| – 分部間銷售 | – | 8,542 |
| 玩具零售 | | |
| – 外部銷售 | 16,536 | 24,775 |
| | <u>715,141</u> | <u>828,173</u> |
| 對銷 | – | (8,551) |
| | <u>715,141</u> | <u>819,622</u> |
| 本集團收益 | 715,141 | 819,622 |
| 分部業績 | | |
| 零售及批發鞋履 | 11,894 | 63,002 |
| 合約生產鞋履 | 7,773 | (5,079) |
| 玩具零售 | 2,788 | 756 |
| | <u>22,455</u> | <u>58,679</u> |
| 出售一間聯營公司之收益 | – | 2,358 |
| 財務成本 | (1,392) | (1,407) |
| 匯兌收益／(虧損)淨額 | 4,720 | (1,246) |
| 分佔合營公司溢利 | 22 | 572 |
| | <u>25,805</u> | <u>58,956</u> |
| 除所得稅前溢利 | 25,805 | 58,956 |
| 所得稅開支 | (1,821) | (22,452) |
| | <u>23,984</u> | <u>36,504</u> |
| 期內溢利 | 23,984 | 36,504 |

本集團按經營及可呈報分部劃分的資產及負債分析如下：

| | 2022年6月30日 人民幣千元 (未經審核) | 2021年12月31日 人民幣千元 (經審核) |
|-------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 分部資產 | | |
| 零售及批發鞋履 | 1,817,306 | 1,820,863 |
| 合約生產鞋履 | 127,950 | 116,161 |
| 玩具零售 | 23,518 | 19,810 |
| | <u>1,968,774</u> | <u>1,956,834</u> |
| 分部資產總值 | 1,968,774 | 1,956,834 |
| 對銷 | (292,048) | (287,887) |
| 未分配 | 70,438 | 76,705 |
| | <u>70,438</u> | <u>76,705</u> |
| 綜合資產總值 | <u>1,747,164</u> | <u>1,745,652</u> |
| 分部負債 | | |
| 零售及批發鞋履 | 296,745 | 318,035 |
| 合約生產鞋履 | 254,643 | 250,770 |
| 玩具零售 | 101,579 | 101,702 |
| | <u>652,967</u> | <u>670,507</u> |
| 分部負債總額 | 652,967 | 670,507 |
| 對銷 | (291,319) | (286,746) |
| 未分配 | 6,938 | 7,297 |
| | <u>6,938</u> | <u>7,297</u> |
| 綜合負債總額 | <u>368,586</u> | <u>391,058</u> |

5. 收益

| | 截至6月30日止六個月 | |
|---------|--------------------------|--------------------------|
| | 2022年 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 人民幣千元 (未經審核) |
| 零售及批發鞋履 | 596,874 | 744,870 |
| 合約生產鞋履 | 101,731 | 49,977 |
| 玩具零售 | 16,536 | 24,775 |
| | <u>715,141</u> | <u>819,622</u> |
| 總收益 | <u>715,141</u> | <u>819,622</u> |

來自客戶合約收益的分類：

| | 截至6月30日止六個月 | |
|----------------|--------------------------|--------------------------|
| | 2022年 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 人民幣千元 (未經審核) |
| 地區市場 | | |
| 中華人民共和國(「中國」) | 613,497 | 771,671 |
| 美利堅合眾國 | 101,644 | 47,951 |
| 總計 | <u>715,141</u> | <u>819,622</u> |
| 主要產品／服務 | | |
| 零售及批發品牌時尚鞋履 | 596,874 | 744,870 |
| 合約生產鞋履 | 101,731 | 49,977 |
| 玩具零售 | 16,536 | 24,775 |
| 總計 | <u>715,141</u> | <u>819,622</u> |
| 確認收益的時間 | | |
| 於某一時間點 | <u>715,141</u> | <u>819,622</u> |

6. 其他收入及開支以及其他收益及虧損

| | 截至6月30日止六個月 | |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 2022年 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 人民幣千元 (未經審核) |
| 其他收入 | | |
| 政府補助金 | 8,362 | 17,977 |
| 銀行存款的利息收入 | 3,716 | 2,238 |
| 長期貿易債務的利息收入 | 3,207 | 3,652 |
| 其他金融資產的利息收入 | 25 | 13 |
| 出售物業、機器及設備之收益 | 21 | 50 |
| 服務費用收入 | 457 | 2,924 |
| 其他 | 7,484 | 5,318 |
| | <u>23,272</u> | <u>32,172</u> |
| 其他收益及虧損 | | |
| 匯兌收益／(虧損)淨額 | 4,720 | (1,246) |
| 貿易應收款項的減值撥備 | (676) | (600) |
| 修改使用權資產及租賃負債之虧損 | (28) | — |
| 出售金融資產之收益 | 211 | — |
| 出售一間聯營公司之收益 | — | 2,358 |
| | <u>4,227</u> | <u>512</u> |
| 其他收入及開支以及其他收益及虧損總額 | <u>27,499</u> | <u>32,684</u> |

7. 財務成本

| | 截至6月30日止六個月 | |
|------|--------------------------|--------------------------|
| | 2022年 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 人民幣千元 (未經審核) |
| 租賃利息 | <u>1,392</u> | <u>1,407</u> |

8. 所得稅

| | 截至6月30日止六個月 | |
|--------------|--------------------------|--------------------------|
| | 2022年 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 人民幣千元 (未經審核) |
| 即期稅項－中國企業所得稅 | | |
| 期內撥備 | 24 | 24,574 |
| 過往期間超額撥備 | <u>(1,498)</u> | <u>(1,645)</u> |
| | (1,474) | 22,929 |
| 遞延稅項 | <u>3,295</u> | <u>(477)</u> |
| 所得稅開支 | <u>1,821</u> | <u>22,452</u> |

本集團於百慕達及英屬處女群島(「英屬處女群島」)毋須繳納稅項。

由於本集團於期內在香港並無應課稅溢利(截至2021年6月30日止六個月：無)，故毋須計提香港利得稅撥備。

中國企業所得稅已根據截至2022年6月30日止六個月之估計應課稅溢利按稅率25%(截至2021年6月30日止六個月：25%)計提撥備。

根據中國相關稅法與實施條例，應付予「非中國稅務居民企業」投資者的股息須以源自中國境內的所得為限繳納預扣所得稅，該等投資者於中國並無設立機構或營業場所，或於中國有設立機構或營業場所但相關所得實際上與其在中國設立的機構或營業場所無關。據此情況，中國附屬公司向香港境內的非中國稅務居民的集團實體分配的股息，須按5%的稅率繳納預扣稅。中國附屬公司派付予英屬處女群島的非中國稅務居民企業集團實體的股息須按10%的稅率繳納預扣稅。

9. 股息

本公司董事並無建議就截至2022年及2021年6月30日止六個月派付任何股息。

10. 每股盈利

每股基本盈利

本公司擁有人應佔每股基本盈利乃根據本公司擁有人應佔期內溢利約人民幣24,162,000元(截至2021年6月30日止六個月：約人民幣35,789,000元)及於期內發行的普通股加權平均數2,077,000,000股(截至2021年6月30日止六個月：2,075,514,000股)而計算。

每股攤薄盈利

該兩個期間內，概無發行在外的潛在攤薄普通股。因此，該兩個期間之每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

11. 貿易應收款項

本集團主要以信貸方式與其他客戶訂立交易條款。信貸期一般介於30至90天不等。每位客戶均有信貸上限。新客戶一般需要提前付款。本集團力求對其尚未收取的應收款項維持嚴格監控。本公司董事定期檢閱逾期結餘。本集團亦會就若干長期業務關係客戶授予較長的信貸期。

| | 2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核) |
|--------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 貿易應收款項 | 230,145 | 171,280 |
| 計提虧損撥備 | (1,225) | (549) |
| | <u>228,920</u> | <u>170,731</u> |

基於收益確認日期並扣除撥備後的貿易應收款項賬齡分析如下：

| | 2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核) |
|---------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 0至60天 | 189,560 | 147,648 |
| 61至180天 | 35,150 | 16,252 |
| 181天至1年 | 3,401 | 6,096 |
| 超過1年 | 809 | 735 |
| | <u>228,920</u> | <u>170,731</u> |

12. 貿易應付款項

根據發票日期，貿易應付款項賬齡分析如下：

| | 2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核) | 2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核) |
|---------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 0至90天 | 109,824 | 130,791 |
| 91至180天 | 3,755 | 949 |
| 181天至1年 | 1,859 | 1,980 |
| 超過1年 | 6,850 | 4,794 |
| | <u>122,288</u> | <u>138,514</u> |

管理層討論及分析

業務回顧

COVID-19疫情及俄羅斯入侵烏克蘭繼續令全球經濟持續承壓。此外，全球通脹超出預期(尤其是美國及主要歐洲經濟體)，引發全球金融狀況收緊。中國經濟發展見緩，而其多次爆發COVID-19疫情，並隨之採取封鎖措施，疊加俄烏戰爭帶來的負面影響，令中國經濟雪上加霜，全球經濟因此而面臨更大壓力。因此，總體而言，今年第二季度全球產出有所收縮。世界銀行於6月份下調其全球增長預測，並警告稱，通脹高居不下，令人聯想到20世紀70年代的滯脹期。根據世界銀行的資料，全球增長預期將由2021年的5.7%下調至2022年的2.9%，較先前預測低1.2%。

由於COVID-19疫情持續，故消費支出仍存在不確定性，消費及整體經濟仍面臨諸多挑戰，全面恢復無法一蹴而就。國際貨幣基金組織(IMF)已下調今明兩年的全球經濟增長展望，警告全球經濟可能即將陷入全面衰退。

於中國而言，國內消費復甦仍受諸多不確定因素拖累。目前，中國需要兩手抓：遏制疫情，同時促進經濟增長。根據世界銀行於6月份發佈的最新中國經濟發展報告，儘管2022年初取得開門紅，但中國其後多次爆發奧密克戎疫情，並因此而實施諸多限制，已擾亂中國經濟增長。預計中國經濟發展將於2022年放緩至4.3%，其後於2023年反彈至5.2%，這在很大程度上反映出COVID-19持續存在已對經濟造成衝擊。

2021年初，中國開始全國大規模疫苗接種。中國國家衛健委表示，截至2022年7月22日，中國內地已接種合共34.0億劑次COVID-19疫苗。中國已實現89.7%的疫苗接種率，且14.1億人口中約有56%已接種加強針。

中國國家統計局公佈的數據表明，2022年上半年中國國內生產總值為人民幣56.26萬億元，較去年同期增長2.5%。2022年上半年，社會消費品零售總額為人民幣210,432.0億元，同比減少0.7%。2022年6月，中國社會消費品零售總額為人民幣38,742.0億元，同比增長3.1%。然而，COVID-19疫情再次爆發，國家實施COVID-19清零政策，限制收緊。由於COVID-19及地緣政治衝突威脅全球復甦，中國經濟仍面臨眾多挑戰。

於2022年上半年，中國疫情捲土重來，上海於3月份大規模爆發疫情。今年上半年受疫情影響較2020年更為嚴重，中國東北地區尤甚。上海疫情始於3月份，在此輪疫情陰影之下，長三角地區受到巨大衝擊。為應對此輪疫情，地方當局開展大規模檢測及其他措施(如制定更嚴格的社交距離規則)，以防止疫情大規模爆發。

為減緩2022年上半年的經濟挑戰及改善艱難的營商環境，本集團已採取針對性措施，力求業務發展，維持可持續增長及降低市場風險。

營運表現

今年上半年，本集團已感受到疫情對其營運的影響已超過2020年，中國東北地區尤甚。3月份於上海的疫情對長三角地區的影響尤為巨大，而本公司於該地區經營大多數業務。於2022年6月底，本公司的零售店舖總數為1,140間，自年初以來減少32間店舖。自營鞋履零售店數目為954間，自年初以來減少21間，而第三方零售店數目為186間，減少11間。由於本公司於過往兩年已調整組織架構，故本公司仍然能夠保持盈利能力。

本公司持續實施精簡及重組其業務，於報告期，本公司關閉更多成本效益較低的零售店。2022年上半年，受累於COVID-19疫情限制措施，本公司的營運承受前所未有的壓力。然而，本公司實施不同策略以抵銷這些困難所帶來的影響。本公司大力推廣舊款鞋，以增加銷售收入，減少庫存。此外，COVID-19疫情爆發後，零售點關閉，且人們為了避免感染病毒而居家不出門，而網店提供了可行的替代購物方式。於第一季度，全國網上零售額達人民幣30,120億元，同比增長6.6%。長遠而言，本公司預期電商市場仍有很大的增長空間。

下表列示本集團鞋履業務零售店的地區分佈：

| 銷售地區 | 千百度 | | 伊伴 | | 米奧 | | 耐冉 | 百吉利·米西卡 | 總計 |
|-----------|------------|------------|------------|----------|------------|-----------|-----------|----------|--------------|
| | 自營零售店 | 第三方零售店 | 自營零售店 | 第三方零售店 | 自營零售店 | 第三方零售店 | 自營零售店 | 自營零售店 | |
| 東北地區 | 81 | 16 | 30 | - | 13 | 12 | - | - | 152 |
| 華北地區 | 98 | 72 | 27 | - | 15 | 24 | 9 | - | 245 |
| 華東地區 | 172 | 33 | 50 | - | 55 | 3 | 35 | 3 | 351 |
| 上海地區 | 88 | 1 | 5 | - | 13 | - | 13 | 2 | 122 |
| 華南地區 | 89 | 9 | 5 | - | 13 | - | 2 | - | 118 |
| 西部地區 | 101 | 11 | 17 | 2 | 15 | 3 | 3 | - | 152 |
| 總計 | 629 | 142 | 134 | 2 | 124 | 42 | 62 | 5 | 1,140 |

附註：

- (1) 東北地區包括吉林省、遼寧省、黑龍江省及內蒙古自治區的呼倫貝爾市；
- (2) 華北地區包括北京市、天津市、內蒙古自治區(呼倫貝爾市除外)、河北省、山西省、河南省及山東省；
- (3) 華東地區包括江蘇省、安徽省及湖北省；
- (4) 上海地區包括上海市、浙江省；
- (5) 華南地區包括湖南省、江西省、福建省、廣東省、海南省及廣西自治區；及
- (6) 西部地區包括陝西省、青海省、甘肅省、新疆及寧夏自治區、四川省、貴州省、雲南省、重慶市及西藏自治區。

持續提升分銷渠道效率

於報告期內，我們繼續優化本集團的零售網絡。重新調整零售網絡及建立網上業務仍是報告期內的頭等大事。下半年本公司將繼續優化分銷渠道。由於購物中心目前盈利能力較弱，本公司將暫停購物中心店的擴張。奧特萊斯店(工廠直銷店)的效益明顯高於百貨公司及購物商場，可為本公司的溢利作出重大貢獻，下半年本公司將繼續擴大奧特萊斯店數目。

就重組計劃而言，本公司將於下半年戰略性關閉更多不盈利的店舖，但不會關閉太多的零售店舖，以確保市場份額不受影響。

去年，中國奧特萊斯的銷售額激增，本公司已加強與百聯集團及砂之船的戰略合作。此外，由於下半年政府對疫情的控制將有所放鬆，渠道結構及質量均應有所改善，本公司相信，一旦政府減少限制措施，業績必將回升。

把握電商及直播購物機遇

直播指實時記錄及傳播的線上流媒體。直播視頻平台是人們可向其他消費者分享自己視頻的地方。一般而言，流媒體平台提供「免費使用」宣傳模式並創造收益—數碼廣告可包括直播或平台網站上的滾動廣告。平台可直接帶來大量銷售收益。

我們時刻捕捉多媒體市場機會。儘管電子商務及其他形式的線上互動已在中國普及，但於COVID-19疫情下，新「居家」經濟進一步加快其發展步伐。結合即時購買特色產品的功能，同時透過聊天或互動按鍵參與直播，直播電商正在變革零售行業。雖然直播電商在中國已經存在了很長時間，但消費者仍優先透過直播來緊跟市場趨勢。儘管簡短視頻為向龐大的消費者群體進行市場推廣提供絕佳機會，但直播電商仍然是線上購物最理想的選擇。於報告期內，本公司加大了對直播電商的資源投入，將其作為重要的新興促銷模式。

關鍵意見領袖（「KOL」）營銷仍是2021年及2022年的成功戰略之一。除與一線主播合作外，我們還在尋求擴大與二線主播合作。我們與備受粉絲關注的KOL合作，乃因其為直接連接我們品牌與潛在目標受眾的重要通道。KOL可以幫助本集團吸引對我們產品的關注度以及提高品牌知名度，從而提高銷量。82%的消費者表示會跟隨KOL的推薦，這意味著KOL在市場推廣方面擁有巨大影響力。然而，目前直播銷售的退貨率相對較高，增加對庫存壓力風險。為此，我們正尋求更好的優化方法予以解決。整體而言，我們仍認為直播電商可為消費者提供最時尚的線上線下購物方式，且其具有良好的廣告效應，尤其是在COVID-19疫情防控封鎖期間。

線上線下全渠道佈局

電商方面，於報告期內，本公司繼續加強線上佈局，進一步發展及完善全渠道佈局。除與唯品會、天貓、京東等電商平台合作外，本公司在社交媒體平台方面投入資源，積極與其現有及潛在客戶互動。

目前，我們與抖音及快手合作，並且定期在我們的天貓旗艦店進行直播。抖音和快手是中國用戶量最大的應用程序之一。據報道，抖音擁有600百萬日活躍用戶。根據快手的財務報告，於2022年第一季度，快手的日活躍用戶達346百萬人，月活躍用戶(MAU)達598百萬人，均創歷史新高。抖音於2021年通過直播產生價值1,190億美元的產品銷售，同比增長7倍，而參與電子商務直播的用戶人數超過384百萬人，幾乎佔該平台用戶群的一半。一項研究發現：5名直播用戶中就有1名觀看抖音直播。在觀看抖音直播的用戶中，62%的用戶每日觀看；50%的用戶在觀看抖音直播後購買了商品。抖音為直播電商提供理想的平台，產生利潤，將短視頻變成了海量創作者的賺錢機器。本集團透過與抖音及快手合作，可提升本公司的長遠銷售表現。

由於現代生活各方面的數字化發展迅速，加上COVID-19的爆發，越來越多的中國企業轉向線上。中國電子商務市場的興起開啟了中國經濟的新時代。中國仍為全球最大B2B電子商務市場的發源地。於2021年，中國佔全球電子商務零售銷售的一半以上，銷售價值超過歐洲及美國的總和。為把握電子商務機遇，本集團進一步推進為消費者打造不一樣線上線下購物體驗的策略。我們整合各個業務部門的資源及運營，重新分配更多資源及人力，以優化其線上平台並擴大線上渠道，從而迎合線上顧客因COVID-19疫情形成的新習慣和喜好。本集團相信，由於線上社交網絡世界不斷發展，下半年社交媒體渠道的銷售額將會繼續增長。

協同品牌策略及加強品牌建設

作為歷史悠久的中國鞋履集團，本公司已作為優質產品製造商在市場上建立穩固聲譽，以高雅時尚且價格吸引的產品見稱。多年來，我們已透過持續提供優質及時尚款型，成功打造可靠的聲譽、身份及強大的公司形象。我們認為，提升知名度，同時向廣大客戶提供積極的回饋，增強品牌忠誠度，此乃維持我們競爭力之正途。

報告期內，本集團繼續專注於加強其多品牌鞋履業務。其亦已採納多品牌策略，可更有效針對及更容易切合變化不斷的消費者喜好及市場趨勢。「千百度」、「伊伴」、「米奧」、「百吉利·米西卡」及「耐冉」均為本公司培育的自營品牌。透過實施多品牌策略，本集團將豐富其品牌組合，以滿足運動及休閒、街頭時尚、商務正裝等各個領域的主要消費者的需求。此舉亦可提供各種方式，令本集團得以加強及增加其於中國的市場份額。

憑藉提前識別運動休閒市場的上升趨勢、其多元化品牌策略及過往聲譽，其因而能夠趕上擴張的浪潮，有效拓展其客戶群至較年輕一代，繼而拓展其市場份額。

舒適幾乎已成為時尚的代名詞，而消費者對功能及多樣化的要求不斷提高。於過去數年，運動休閒繼續受到時尚領袖、一線明星及時尚達人的青睞。休閒鞋的典型購物者往往年齡在18至45歲之間，為追求自我的學生或上班族。此外，此群體比一般品牌消費者要求更高。千百度繼續專注於舒適及獨特的設計，已培育其忠誠的客戶群。我們專注於主要基於公眾美學的獲獎產品設計，以提高產品的適銷性。

千百度已建立強大的品牌價值，憑藉品質優良的商務及商務休閒鞋，在消費者中擁有較高的品牌知名度。聚焦運動休閒市場作為新的未來趨勢，本公司推出多元化品牌策略，以吸引年輕一代，從而增加市場份額。

多品牌策略將繼續為本集團的根基。隨著消費者追求優質生活及時尚潮流，本集團將密切監察市場趨勢，同時制定其品牌策略，以滿足目標消費群的喜好。同時，本集團亦將通過加強電商平台以完善垂直一體化產業鏈，提升內外協同效應，為本集團的可持續發展奠定基礎。

優化研究與開發(「研發」)資源以進行產品升級

自2017年以來，中國的運動服飾市場持續大幅增長。事實上，運動服飾是唯一一個正在增長的鞋履市場。受COVID-19疫情影響，個人健身及健康意識亦提升到一個新的高度，因為鍛煉身體是公認的提高疾病免疫力的有效方法。隨著許多中國消費者越來越注重「休閒」的生活方式，休閒鞋履市場亦出現快速增長，時尚及舒適成為兩大賣點。千百度一直注重舒適性及獨特設計，這令其培養出忠實的客戶群。我們計劃於下半年成立體育及休閒研發部門，進一步為這一群體服務。

緊跟技術創新及發展是本公司維持可持續業務模式的重要因素。千百度具備生產及應用創新設計、材料及生產工藝的能力，是使其從其他市場參與者中脫穎而出的關鍵。

通過拓展線上銷售渠道，本公司可利用大數據分析工具更好地識別客戶在購買時考慮的因素及問題。憑藉現有資料，本公司可升級當前產品設計，以更好地滿足消費者期望。事實證明，利用該等工具可有效優化及整合本公司研發資源，從而獲得有關消費者行為的洞察。

本公司的生產程序亦採用最新技術，進而提升了生產效率及產品質量。

持續提升產品質量對千百度至關重要。從供應鏈及生產程序到原材料採購，本公司力爭在其產品中使用最新且最具成本效益的材料。只要有新供應商加入供應鏈及市場，本公司便會繼續改革、重塑及優化生產線，以適應技術、消費者和其他市場因素帶來的動態變化。

不斷努力加強銷售及營運表現

除徐州廠房的主要倉庫(用於大貨周轉)外，所有其他物流均外包予第三方物流公司。我們已與領先的第三方倉儲及物流公司建立戰略合作關係。通過其完善的倉儲物流體系和科學的倉儲佈局，我們實現了就近產品的精準高效配送，降低了本集團倉儲、物流及管理成本。

線下渠道方面，本公司與百貨公司、購物中心及奧特萊斯商場保持良好的互利互惠合作關係，以維持現有分銷渠道。作為精簡營運及控制成本策略的一部分，直營店正在優化，而不盈利的店舖將根據需要進行檢討及關閉。

本公司線上線下全渠道佈局的最終目標是在新零售時代產生更多毛利。線下渠道通過完成銷售獲得利潤，而線上渠道有助於擴大市場份額。此業務模式已開始產生溢利。下一階段將使其規模擴大，以進一步及更好地把握機會及擴大其市場份額。

在鞋履業，與其他行業相比，購買及服務體驗在消費者的選擇中繼續發揮著主要的作用，原因是終端使用者最終需要親身感受他們腳上的鞋子。因此，卓越的客戶服務在本公司的營運中極其重要。本公司認真聽取來自線上線下渠道的客戶反饋，並及時安排後續行動，以確保客戶享受到最佳的購物體驗。

成功適應快速發展的新零售時代的關鍵在於靈活應變、敢於創新及領先於不斷變化的市場趨勢。採用最新的生產工藝及技術可以大幅提高生產效率。本公司定期檢討其生產週期，以尋找改進空間。

智能化生產是行業內未來不可取替的趨勢。通過升級設備及機器，本公司的生產廠房能夠更有效地利用材料及提高生產效率。

於報告期內，本公司在溝通成本方面作出更多努力，以提高營運效率。本公司在組織架構方面已進行若干調整，使不同部門及業務單位之間的溝通更加迅速及有效。此等變化使資訊流動更快，並加快管理層的決策反應。

財務回顧

截至2022年6月30日止六個月，本集團的總收益較去年同期減少12.7%至人民幣715.1百萬元。報告期內錄得溢利人民幣24.0百萬元，較去年同期的人民幣36.5百萬元減少34.2%。

收益

截至2022年6月30日止六個月，本集團的收益減少12.7%至人民幣715.1百萬元，去年同期則為人民幣819.6百萬元。

本集團的收益組合包括來自零售及批發鞋履業務(「零售及批發」)、合約生產鞋履業務(「合約生產」)及玩具零售業務(「玩具零售」)的收入。零售及批發、合約生產以及玩具零售的收益分佈情況如下：

| | 截至6月30日止六個月 | | | | |
|-------|----------------|--------------|----------------|--------------|---------------|
| | 2022年 | | 2021年 | | 增長 百分比 |
| | 人民幣 千元 | 佔總收益 百分比 | 人民幣 千元 | 佔總收益 百分比 | |
| 零售及批發 | 596,874 | 83.5 | 744,870 | 90.9 | (19.9) |
| 合約生產 | 101,731 | 14.2 | 49,977 | 6.1 | 103.6 |
| 玩具零售 | 16,536 | 2.3 | 24,775 | 3.0 | (33.3) |
| 總計 | <u>715,141</u> | <u>100.0</u> | <u>819,622</u> | <u>100.0</u> | <u>(12.7)</u> |

盈利能力

截至2022年6月30日止六個月，本集團的毛利減少17.6%至人民幣405.7百萬元，較去年同期人民幣492.3百萬元減少人民幣86.6百萬元。截至2022年6月30日，毛利率為56.7%，較去年同期的60.1%下跌3.4個百分點。

截至2022年6月30日止六個月，本集團的分銷及銷售開支達人民幣355.1百萬元，較去年同期減少人民幣53.9百萬元或13.2%。分銷及銷售開支佔收益的49.7%，去年同期則為49.9%。

截至2022年6月30日止六個月，本集團的行政及一般開支達人民幣50.9百萬元，較去年同期下降人民幣5.3百萬元或9.4%。行政及一般開支佔收益的7.1%，去年同期則為6.9%。

截至2022年6月30日止六個月，本集團的其他收入及開支以及其他收益及虧損錄得淨收益人民幣27.5百萬元，去年同期則為淨收益人民幣32.7百萬元。其他收入主要來自政府補貼、匯兌收益及銀行存款的利息收入。

截至2022年6月30日止六個月，本集團錄得財務成本人民幣1.4百萬元，與去年同期的人民幣1.4百萬元持平。

截至2022年6月30日止六個月，本集團的所得稅開支減少約人民幣20.7百萬元或91.9%至人民幣1.8百萬元，去年同期則為人民幣22.5百萬元。

截至2022年6月30日止六個月，本公司權益持有人應佔利潤錄得溢利人民幣24.2百萬元，較去年同期減少人民幣11.6百萬元。

流動資產及財務資源

截至2022年6月30日，本集團的銀行結餘及現金為人民幣455.4百萬元(2021年12月31日：人民幣443.1百萬元)。截至2022年6月30日，本集團並無銀行借貸(2021年12月31日：無)。

截至2022年6月30日止六個月，經營活動所得現金淨額為人民幣36.4百萬元，較去年同期經營活動所得現金淨額的人民幣4.6百萬元增加人民幣31.8百萬元。

截至2022年6月30日止六個月，投資活動所用現金淨額為人民幣8.0百萬元，去年同期投資活動所用現金淨額為人民幣40.6百萬元。

截至2022年6月30日止六個月，融資活動的現金流出淨額為人民幣16.1百萬元，而去年同期融資活動現金流出淨額為人民幣16.6百萬元。

截至2022年6月30日，本集團的流動資產淨額為人民幣1,061.9百萬元，而於2021年12月31日則為人民幣1,025.0百萬元，淨增加人民幣36.9百萬元或3.6%。

資產質押

於2021年12月31日及2022年6月30日，本集團均無抵押資產。

資產負債比率

於2021年12月31日及2022年6月30日，本集團之資產負債比率(按總貸款及借貸額除以總資產計算)均為0.0%。

或然負債

於2022年6月30日，本集團並無任何重大或或然負債。

資本承擔

截至2022年6月30日，本集團就已訂約但尚未於簡明綜合財務報表撥備的新建廠房之資本承擔為人民幣9.9百萬元，而於2021年12月31日的資本承擔為人民幣10.3百萬元。截至2021年12月31日及2022年6月30日，本集團概無就已訂約但尚未於簡明綜合財務報表撥備的無形資產之資本承擔。

匯兌風險管理

本集團之銷售主要以人民幣計值，而合約生產業務則主要以美元計值。合約生產業務佔總收益的14.2%。然而，董事會將密切關注匯率對業務的影響，並於必要時採取適當措施以減輕所造成的影響。

截至2022年6月30日止六個月，本集團錄得匯兌收益人民幣4,720,000元，去年同期則為虧損人民幣1,246,000元。本集團並無持有任何衍生工具以對沖外匯風險。

持有的重大投資

截至2022年6月30日，本集團並無持有任何重大投資。

重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

於報告期內，本集團概無重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

重大投資或資本資產之未來計劃

除本公告所披露之內容外，截至2022年6月30日，除本集團日常業務過程中進行者外，本集團並無具體計劃作出任何重大投資或收購資本資產。

人力資源

截至2022年6月30日，本集團有4,749名僱員(2021年12月31日：5,180名僱員)。截至2022年6月30日止六個月，薪酬開支及員工福利費用約人民幣195.5百萬元(截至2021年6月30日止六個月：約人民幣211.8百萬元)。為挽留傑出的人才，本集團提供具競爭力的薪酬待遇，包括強制性退休基金、保險及醫療福利。此外，本集團亦會按整體業務表現及個別員工工作表現向合資格僱員發放酌情花紅。

前景

全球各地面臨諸多挑戰，在可預見的未來令經濟承壓，前景受限。預計全球增速將由2021年的估計6.1%放緩至2022年及2023年的3.6%。俄烏戰爭引發代價高昂的人道主義危機，需要和平解決。同時，通脹預計超出多個國家的目標。燃料及食品價格預期繼續上漲，對低收入國家的弱勢群體造成致命打擊。此外，COVID-19的爆發繼續帶來前所未有的挑戰，對全球經濟的長遠發展產生影響。全球經濟因而仍將起伏不定。

中國政府官員實際上承認，陷入困境的經濟今年不會達到其5.5%的官方增長目標，並表示他們將努力支撐疲軟的消費者需求，但將保持嚴格的抗疫策略，而該等策略擾亂了製造業和貿易。習近平主席於2022年6月22日在金磚國家論壇開幕時表示，中國將採取更多措施以實現其年度經濟目標，同時盡可能減少疫情防控的影響。同樣，李克強總理在7月舉行的全球經濟論壇上表示，中國將「力爭全年經濟發展取得較好成績」。在可預見的未來，疫情防控很可能常態化，而與此同時，中國將努力為今年的經濟爭取最好的可能結果。展望2022年下半年，我們對國家抗擊疫情和刺激經濟發展的能力仍然充滿信心。

當然，對於中美在跨國貿易和商業方面的關係，仍然存在擔憂。部分現時或曾經在紐約證券交易所上市的行業領導者已採取行動保障其在美國市場的權益。當前美國的貿易壁壘比以前任何時候都更高。此外，美國在臺灣問題上的「戰略模糊」已加劇中美間的緊張局勢。儘管難以估計這可能對本公司業務及增長產生的影響程度，但本公司已作好準備迎接貿易壁壘抬高及國際關係變化帶來的挑戰。

在目前的情況下，本公司管理層仍然保持謹慎，但其增長及擴大市場份額以提升本公司股東價值的目標仍未改變。

展望未來，作為鞋履行業的領先公司之一，本集團需要時間了解及滿足所有客戶的需求。本集團重視不斷變化的市場偏好及客戶需求，因此持續與消費者溝通以獲得反饋及意見。千百度將進一步紮根時尚行業，充分利用可用資源，加強品牌影響力，實現銷量最大化。每天，我們通過我們在高品質鞋類設計、產品開發和卓越製造方面的無與倫比的聲譽，以競爭對手無法比擬的方式為我們的客戶創造價值。本集團專注於表現較好或需要改進的領域，使本集團能夠維持我們的品牌及形象，並繼續提供優質產品。

儘管今年遭遇諸多挑戰，本公司目前的架構及流程取得了令人滿意的表現。為確保本集團的可持續發展，本集團必須實施策略以反映當前趨勢。該策略應在產品、品牌、渠道策略及電子商務營銷方面以客戶為導向。我們認為，隨著本公司提升產品質量，生產鏈仍有改善空間。從研發、產品設計、材料選擇及生產過程到庫存及物流，千百度將繼續尋找最佳方法，為客戶提供最具成本效益的產品。

由於預期COVID-19疫情於年內仍將持續，市場需求前景不明朗，我們採取長期性戰略，以培育及發展品牌。未來，本集團將加大研發、供應鏈及營銷方面的投入。同時，為提升營運效率，本集團將繼續提升店舖營運效率，尤其是專注於改善不盈利的店舖。

本集團致力遵循負責任的供應鏈戰略。我們有效的供應鏈管理的最終目標是通過提高客戶滿意度和降低經營成本來提高利潤。當前瞬息萬變的市場講求決策迅速以及供應鏈管理。持續提升產品質量對千百度至關重要。從供應鏈及生產流程到原材料採購，本公司力爭在其產品中融入最新且最具成本效益的材料。只要有新公司進入供應鏈及市場，本公司便會繼續改革、重塑及優化生產線，以適應技術、消費者和其他市場因素帶來的動態變化。作為業務模式的重要組成部分，本公司進一步完善傳統供應鏈體系，通過升級「四季訂貨會」模式，小批量生產，加快市場響應速度。

展望2022年一整年，奧密克戎變異病毒的快速傳播表明COVID-19可能會在短期內繼續擾亂經濟活動。儘管本公司的經營狀況及財務表現正面臨壓力，但本公司通過迅速應對不斷變化的市場狀況、及時調整營銷策略及利用其資源優勢成功應對挑戰，務求將COVID-19的影響降至最低。總括而言，無論外部環境如何複雜多變，本集團將繼續堅持不懈、求真務實，繼續為本公司的長遠發展努力，為本公司股東創造價值。

重大期後事項

概無於截至2022年6月30日止六個月結束後發生的重大事項。

中期股息

董事並無建議就截至2022年6月30日止六個月派付中期股息(截至2021年6月30日止六個月：無)。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)附錄十所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)，作為其有關董事進行證券交易的操守守則。

本公司向全體董事作出特定查詢後確認，董事於截至2022年6月30日止六個月一直遵守標準守則所載之規定標準。

企業管治

本集團致力維持高水平的企業管治，以保障本公司股東權益以及提升企業價值及問責性。截至2022年6月30日止六個月，本公司已遵守上市規則附錄十四所載的企業管治守則(「企業管治守則」)項下之原則及所有適用守則條文。本公司將繼續檢討並提升其企業管治常規，以確保遵守企業管治守則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2022年6月30日止六個月，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

審核委員會

本公司審核委員會已連同本公司管理層及核數師審閱本集團採納的會計原則及政策以及截至2022年6月30日止六個月的未經審核中期簡明綜合業績。

於香港聯交所及本公司網站刊載未經審核中期簡明綜合業績及2022年中期報告

本中期業績公告刊載於香港聯交所及本公司網站，而載有上市規則規定的全部資料之2022年中期報告將於適當時候寄發予本公司股東，並刊載於香港聯交所及本公司網站。

承董事會命
千百度國際控股有限公司
主席
陳奕熙

中國，2022年8月30日

於本公告日期，執行董事為陳奕熙先生、袁振華先生、吳維明先生及張寶軍先生；非執行董事為繆炳文先生；以及獨立非執行董事為鄺偉信先生、許承明先生及鄭紅亮先生。